

**ANALISIS PERMINTAAN PASAR ONLINE PRODUK BATIK  
DI INDONESIA**

**TESIS**

**Diajukan Kepada  
Program Studi Magister Manajemen  
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen**



**Oleh**

**Dedy Rahmanto  
NIM. P100120024**

**MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2017**

## NOTA PEMBIMBING

**Wiyadi, Ph.D**

Program Studi Manajemen

Sekolah Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Dedy Rahmanto

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Manajemen

Sekolah Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan tesis saudara:

Nama : Dedy Rahmanto

NIM : P100120024

Konsentrasi : Magister Manajemen

Judul : Analisis Permintaan Pasar Online Produk Batik di  
Indonesia

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Surakarta, Desember 2017

Pembimbing



Wiyadi, Ph.D

## NOTA PEMBIMBING

**Muzakar Isa, S.E., M.Si**

Program Studi Manajemen

Sekolah Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Dedy Rahmanto

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Manajemen

Sekolah Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan tesis saudara:

Nama : Dedy Rahmanto

NIM : P100120024

Konsentrasi : Magister Manajemen

Judul : Analisis Permintaan Pasar Online Produk Batik di  
Indonesia

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Surakarta, Desember 2017

Pembimbing


Muzakar Isa, S.E., M.Si

**TESIS BERJUDUL**  
**ANALISIS PERMINTAAN PASAR ONLINE**  
**PRODUK BATIK DI INDONESIA**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh  
**DEDY RAHMANTO**  
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Desember 2017  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Pembimbing I

  
**Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.**

Pembimbing II


  
**Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.**

Penguji

  
**Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.**

Surakarta, 14 Februari 2018  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Sekolah Pascasarjana  
Direktur,



  
**Prof. Dr. Bambang Sumardjoko**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedy Rahmanto

NIM : P 100 120 024

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Usulan Penelitian : **ANALISIS PERMINTAAN PASAR ONLINE**

### **PRODUK BATIK DI INDONESIA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini hasil jiplakan, gelar yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Surakarta, 10 Desember 2017

Yang membuat pernyataan



Dedy Rahmanto

## MOTTO

- Harapan muncul hanya dengan doa, usaha dan keinginan
- Tidak semua masalah harus ditemukan solusinya. Terkadang kita memang hanya perlu bersabar dan berserah diri pada Allah

Kupersembahkan karyaku ini untuk :

- Bapak ibuku yang tercinta dan tersayang.
- Isteriku tercinta *Rinda Anies Prasetiawati* dan putri putriku tersayang *Reinaya Alkhalifi Rahma* dan *Naura Zafarani Rahma*, terima kasih atas kasih sayang kalian.
- Sahabat dan teman-teman yang saya sayangi.

## KATA PENGANTAR



Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dalam penulisan tesis yang berjudul “Analisis Permintaan Pasar Online Produk Batik di Indonesia” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin Tesis ini dapat tersusun dengan baik karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta;
2. Prof. Dr. Bambang Sumardjoko, M.Pd., selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta;
3. Bapak Wiyadi, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta;
4. Bapak Wiyadi, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah banyak membantu dalam penulisan Tesis ini.
5. Bapak. Muzakar Isa, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak membantu penulisan Tesis ini;
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing penulis selama masa kuliah.



7. Teman-teman sekelas Program Magister Manajemen Angkatan 2013 Pasca UMS , terimakasih atas support dan kebersamaannya selama ini.
8. Buat semua pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas support dan bantuan yang telah diberikan kepada saya.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan karya ini masih mempunyai banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 10 Desember 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING I.....	ii
NOTA PEMBIMBING II.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Analisis Permintaan Pasar.....	6
2.1.2 Iklan Online.....	9
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Penelitian.....	15

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Data dan Sumber Data.....	17
3.3 Metode Pengambilan Data.....	17
3.4 Analisis Data.....	18

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Iklan Batik Online.....	21
4.2 Keyword Iklan Batik Online.....	26
4.3 Area Efektif untuk Iklan Batik Online.....	28
4.4 Waktu Efektif Iklan Batik Online.....	46
4.5 Profil Permintaan Pasar Iklan Batik Online.....	47
4.6 Pembahasan.....	48

## BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	55
5.2 Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA.....	57
---------------------	----

LAMPIRAN.....	59
---------------	----

## DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL	Halaman
Tabel 4.1 Popularitas Keyword Batik dengan Area Provinsi.....	30
Tabel 4.2 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota.....	31
Tabel 4.3 Popularitas Keyword Model Baju Batik dengan Area Provinsi....	32
Tabel 4.4 Popularitas Keyword Model Baju Batik Modern dengan Area Provinsi.....	33
Tabel 4.5 Popularitas Keyword Baju Batik Couple dengan Area Provinsi....	34
Tabel 4.6 Popularitas Keyword Baju Batik Couple dengan Area Kota.....	35
Tabel 4.7 Popularitas Keyword Baju Batik dengan Area Provinsi.....	36
Tabel 4.8 Popularitas Keyword Baju Batik dengan Area Kota.....	37
Tabel 4.9 Popularitas Keyword Model Baju Batik Modern dengan Area Provinsi.....	38
Tabel 4.10 Popularitas Keyword Model Baju Batik Modern dengan Area Kota.....	39
Tabel 4.11 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di DIY.....	42
Tabel 4.12 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di Jawa Tengah....	43
Tabel 4.13 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di Jambi.....	44
Tabel 4.14 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di Sumatera Barat.	45
Tabel 4.15 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di Jambi.....	45
Tabel 4.16 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di Jawa Tengah...	46
Tabel 4.17 Profil Permintaan Pasar Batik Online.....	49

## DAFTAR GAMBAR

DAFTAR GAMBAR	Halaman
Gambar 2.1 Contoh Iklan Online.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	16
Gambar 4.1 Perbandingan Keywords dengan Google Trends.....	28
Gambar 4.2 Perbandingan Popularitas Keyword Batik dengan Baju Batik...	40
Gambar 4.3 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di DIY.....	41
Gambar 4.4 Popularitas Keyword Batik dengan Area Kota di Jawa Tengah..	42
Gambar 4.5 Popularitas Keyword Baju Batik dengan Area Kota di Jawa Tengah.....	45
Gambar 4.6 Popularitas Keyword Batik Pada Waktu Tertentu .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A. Daftar Keyword dari Google Keyword Planner

Lampiran B. Perbandingan Popularitas Lima Keyword

Lampiran C. Perbandingan Popularitas Dua Keyword Utama

# **ANALISIS PERMINTAAN PASAR ONLINE PRODUK BATIK DI INDONESIA**

## **ABSTRAK**

Jumlah pengguna internet di seluruh dunia terus bertambah dan akan terus tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Media pemasaran produk maupun jasa bukan Cuma pada media cetak dan elektronik. Saat ini pemasaran juga dilakukan menggunakan media internet. Penetrasi internet membuat banyak orang menjadi berubah dalam pemasangan iklan, sekarang banyak perusahaan mulai memasang iklan secara Online. Dengan begitu banyaknya kelebihan iklan online membuat para pemasar maupun pelaku usaha mempertimbangkan internet menjadi salah satu media dalam mengkomunikasikan produk maupun jasanya . Strategi utama untuk mengoptimalkan hasil dari iklan batik online adalah manajemen keyword, pemetaan area efektif dan manajemen waktu efektif dalam penayangan iklan batik online di Indonesia. Pemanfaatan Google Keyword Planner dan Google Trends sangat membantu untuk menjalankan strategi pemasaran produk batik secara online menjadi lebih optimal.

Kata kunci : *Iklan Batik Online, Keywords, Area Efektif, Waktu Efektif*

## **ABSTRACT**

*The number of internet users worldwide continues to grow and will continue to grow in line with advances in communications technology. Advertisement of products or services not just on newspaper and television. Nowadays, marketing using internet for larger purpose. Internet penetration is turning a lot of people into advertising, many companies using advertising online. With so many advantages of online advertising to make marketers and business owner consider the Internet to be one of the media in communicating products and services. The main strategies to optimize the results of online batik advertising are keyword management, Effective area mapping and Effective time management in online batik advertising in Indonesia. Google Keyword Planner and Google Trends can be usefull for helping Batik marketing online more powerfull.*

*Keywords : Batik Online Advertisement, Effective Keywords, Effective Area Mapping, Effective Time Management.*